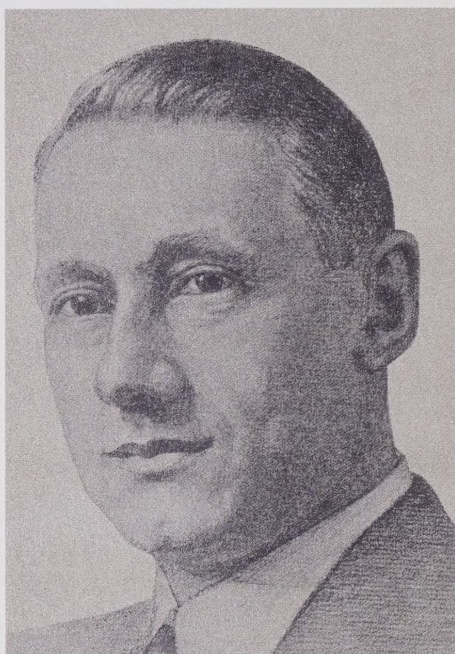


# *Fiftieth Anniversary*



COCKFIELD BROWN ANNUAL REPORT 1978



**Harry Reid Cockfield**

Harry Cockfield, co-founder of Cockfield Brown, was one of the pioneers in the Canadian advertising industry. In his early years, he worked in the printing field in Montreal, gaining valuable experience which served him well when he started his own business. The year was 1913, and the company was Advertising Service Company Limited, one of the first agencies in Montreal. In 1928, he merged his company with that of his friend Warren Brown, to form Cockfield Brown.

The merger was a success, partly because of the extreme contrast in the two men who had been boyhood friends. Harry Cockfield has been described as a financial wizard, a careful money manager who loved accounting, and operated his company with extreme efficiency.

Harry Cockfield died as he lived — working at his desk. The year was 1942, and he was 52. The prestigious ACA Gold Medal was awarded to him posthumously, in recognition of his work in the advertising industry in Canada.



**G. Warren Brown**

Warren Brown has described himself as 'just a farmboy who ran away from school when he was fifteen'. He became a salesman for a Montreal printing firm and at one point hired his friend, Harry Cockfield. In 1918, with Emile Emery, he founded the advertising agency, National Publicity Limited. In 1928, he and Harry Cockfield merged their companies to create Cockfield Brown and the rest, as they say, is history. Under the guidance of the duo, the agency grew and prospered, becoming one of the top agencies in Canada. Warren Brown was recognized as one of the best salesmen in the industry, gregarious and aggressive. But he was also extremely aware of new developments in the field; he recognized early the significance of research, and made it an integral part of their service. It was he who realized the importance of public relations, and still refers to it as one of the most effective tools of the agency. Warren Brown still serves on the Board of Directors, and maintains a keen interest in the continuing growth of the company which bears his name. In 1956, he was awarded the ACA Gold Medal for "his support of integrity in advertising practice, which contributed so much to increasing the status of advertising".



## Directors and Officers

**\*R. W. Collington**  
*Director, Chairman of the  
Board and Chief Executive  
Officer*

**\*R. G. Bartlett**  
*Director, President, Chief  
Operating Officer and  
Chairman of the Executive  
Committee*

**\*R. K. B. Gallop**  
*Director and Executive  
Vice-President*

**\*T. G. Smyth, C.A.**  
*Director, Senior Vice-  
President, Administration  
and Finance & Secretary  
Treasurer*

**\*I. B. Campbell**  
*Director, Senior Vice-  
President, Advertising  
Services*

**G. W. Brown**  
*Director and Chairman of  
the New Business and  
Development Committee*

**L. J. G. La Rocque**  
*Director and Vice-President*

**P. Moreau**  
*Director and Vice-President*

**R. H. O'Hara**  
*Director and Vice-President*

**L. H. Walls**  
*Director and Vice-President*

### *Vice-Presidents*

**J. Beckerman**

**N. H. Bell**

**R. G. Boucher**

**Ms. B. J. Breedon**

**R. Burns**

**G. Charette**

**J. B. Churchill**

**P. B. Edgar**

**A. R. Farmer**

**C. Gervais**

**J. H. Gibaut**

**H. J. Gibson**

**M. G. Giles**

**Mrs. D. Greenwell**

**W. S. Greenwell**

**G. V. Johnson**

**A. Kullgren**

**R. M. MacKay**

**E. A. Nanni**

**M. Provost**

**G. B. Robertson**

**Mrs. J. Roblee**

**P. Slachta**

**B. M. Slater**

**I. D. Smith**

**Mrs. I. Soutzo**

**U. Vanasse**

### *Assistant Controller*

**Mrs. A. Neville**

**\*Member of the Executive  
Committee**

## Offices

### **Cockfield, Brown & Company Limited**

606 Cathcart  
Montréal H3B 1L1  
(514) 861-1771

2 St. Clair Avenue West  
Toronto M4V 1L7  
(416) 924-5492

197 York Street  
London N6A 1B2  
(519) 438-2117

209 Notre Dame Avenue  
Winnipeg R2B 1M9  
(204) 942-0811

134 Abbott Street  
Vancouver V6B 2K6  
(604) 684-0123

### **Industrial Marketing Communications**

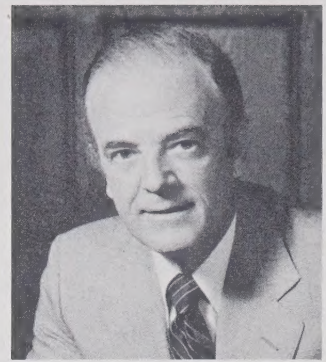
*a division of  
Cockfield, Brown  
& Company Limited*

1220 Yonge Street  
Toronto M4T 1W1  
(416) 922-2063

### **Insight Advertising & Public Relations**

*a division of  
Cockfield, Brown  
& Company Limited*

909 Beach Avenue  
Vancouver V6Z 1E1  
(604) 682-3631



## Chairman's Report

---

Our fiftieth anniversary year, 1978, was not only a successful year for Cockfield Brown, it was also an important year in our continuing development. It marked a resumption of our growth trend — a trend that has had only a few periods of hesitation since the company was formed by G. Warren Brown and the late Harry Cockfield in November, 1928.

We recognize that anniversaries are usually most significant to those directly involved. However, we do take pride in the continuity of respect and integrity your company has maintained over 50 years. Therefore, to mark the event, and on behalf of all shareholders, we acknowledged our appreciation of support to each of our many fine clients and also individually, to each member of our excellent staff for their unstinting contribution, particularly throughout 1978.

During the year, our billings, revenues and net earnings increased substantially over the corresponding figures for 1977.



Gross billings for calendar 1978 amounted to \$69,715,500 compared with \$52,483,800 for 1977; revenue from commissions and service fees totalled \$8,624,500 compared with \$7,076,200 and net earnings were \$403,700 or 68 cents per share compared with \$171,900 or 29 cents per share in 1977.

As a result of this significant improvement in our overall performance, we have been able to return to more normal practices in several key areas each directly and positively related to our shareholders' interests. We have increased retained earnings for the first time in several years; and we have also been in a position to take advantage of employee profit-sharing opportunities, thereby providing an incentive for continuing improved performance — as is the practice throughout our industry.

From the 1978 Statement of Earnings that appears in this report, it is apparent that our cost control program is taking effect and that the previous pattern of increased expenses offsetting increased revenue has been broken.

This is especially encouraging because it indicates that renewal of our vigorous growth trend should result not only in substantially increased billings but also proportionate increases in earnings and returns to shareholders.

For 1977, our earnings before income tax amounted to 5.2 percent of our gross revenue from commissions and service fees. For 1978, the corresponding relationship was 9.3 percent. This is a dramatic improvement, but it is still below our objective. Thus, in 1979, we will continue to implement the two basic programs in our overall operating plan: new business development and cost control.

As part of this, during 1978, we also began implementation of our long range organization planning. The objective is a distribution of responsibilities among senior personnel which ensures that response to client requirements has the highest priority at all levels in Cockfield Brown.

In addition to new responsibilities for R. G. Bartlett, now President and Chief Operating Officer, and myself, Chairman and Chief Executive Officer, R. K. Gallop, Toronto Manager, now has the added corporate responsibility of Executive Vice-President and I. B. Campbell, Vice-President, Media Services, the additional corporate responsibility of Senior Vice-President, Advertising Administration. T. G. Smyth, Senior Vice-President, Administration and Finance, completes the Executive Committee.

Consistent with our previously announced plan for greater ownership of the Company by employees, senior management of the Company have recently purchased additional shares. The result has been a re-establishment of effective control among employee shareholders.

We believe this to be desirable for a service organization. Active ownership among employees is a key element in assuring continuity, which in turn is a key client requirement and therefore, in each shareholder's interest.

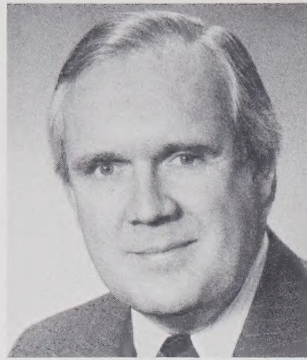
These changes and developments combined with the solid performance achieved in 1978 give us great confidence as we enter your Company's second half century. As we move toward the new challenges, and on behalf of all shareholders, we compliment and thank each member of our staff for their enthusiasm and professional accomplishment.

On behalf of the Board



Chairman of the Board





## President's Report

---

1978 was a record year for Cockfield Brown. In fact, it was the best year ever for billing, revenue and profits. It is somehow significant that our company should enjoy such an all-time record during the year of our fiftieth birthday. Naturally, all of these achievements are a direct result of the skills and talents of 252 hard-working people in the seven CB offices across Canada. Such success also reflects the confidence of our more than 200 clients, and the impressive list of new clients who joined us in 1978.

Our two main offices in Montreal and Toronto recorded the most substantial gains. Combined they accounted for 85 percent of total billing, 80 percent of total revenue and 98 percent of total profit. This in itself is most encouraging. Even more encouraging is the recovery of our Vancouver office to a profit position.

### **Montreal**

The Montreal office achieved record levels in billing, revenue and profit. These achievements were recorded in spite of the limited new business possibilities available in Quebec and the transfer of some client billings to Toronto.

Cockfield Brown's policy to provide full service to clients from one office in Montreal in either or both languages has proven to be a sound one and a major factor in attracting a number of large, national advertisers over the past year. In 1978, annual billings of new clients in the Montreal office were in excess of \$4 million. This accounted for approximately 50 percent of billing growth for this office.

### **Toronto**

Toronto is Canada's largest and most competitive advertising market. Our performance in this market greatly surpassed that of 1977. Gains of this proportion in such a market are most gratifying. Existing clients' budgets increased. There were a number of new product assignments. But we cannot overlook the fact that greater efficiencies and the productivity of our people contributed to these improved profits.

Reorganization of personnel is about complete. We are confident that plans for major new business development in Ontario will produce even more success in the new year.

### **Regional Offices**

With the exception of the recovery in Vancouver, previously mentioned, the overall performance of our offices in Winnipeg and London, our IMC division in Toronto, and our Insight Advertising division in Vancouver was marginally unchanged from 1977.

Recognizing the limited number of large, national advertisers in the markets served by our regional offices, and the rarity of major account shifts, conventional new business opportunities are restricted.

Our regional offices, however, offer a broad and diversified base for our national operations and are available to respond to the needs of national advertisers at the regional level, including support of whatever specific and local programs they may have.



## Operational Highlights

Financial performance and new business gains this past year are not the only significant accomplishments for 1978. Cockfield Brown has proven itself creative and innovative in a number of operational areas. Recognition of the exclusive media needs of a number of our major advertisers led us to the establishment of Cobrex in Toronto. Cobrex is a media-buying division of CB.

As far as the computerization of our media-buying process is concerned, our company remains in the forefront of the industry in Canada. Today, our media operations have direct 'on-screen' access to media data making immediate reporting and analyses for media decisions much more sophisticated.

In-house production centres in Montreal and Toronto have been expanded. Mechanicals and assemblies are easily handled in-house. The advantages are more efficient supervision, better cost control and the meeting of deadlines.

We will continue to explore opportunities for additional in-house services to improve client service and provide additional revenue opportunities for our company.

Research has always played an important role in the formulation and execution of our clients' plans. In 1978, our Toronto and Montreal research departments designed and executed research projects for over 20 different clients whose products or services range from nutrition to sewing machines to tourism. Special Quebec studies were conducted for those clients wanting to sharpen and refine their communications to the French market.

From market studies to advertising tests, our research personnel talked to some 3,000 consumers this past year; in groups, in shopping malls, by telephone, and through personal interviewing. We observe formal planning disciplines before embarking on a major advertising commitment. We apply our findings to our clients' advertising programs. The measurable sales results following a number of advertising campaigns support these disciplines.

Our continuing commitment to our clients' success recognizes the vital importance of professionally-produced advertising. Our success in 1978 is due, as in any other year, to the quality of our product; the advertising concepts we develop and produce for our clients. We must continue to improve our creative product through an on-going updating of the profiles of the many products and services for which we produce advertising and the ever-changing market place on which their life depends.

The consumer is the final judge of the worth of any advertising. Through his response to it, we know whether or not our work is good. Important too is the judgement of our peers.

Our company is proud of the honours it has received this past year for advertising we have created for our clients. Among the many awards in both national and international competition, including both French and English, were 'Firsts' internationally for a television commercial in the travel and transport category,

and for a magazine advertisement in the beer, wine and liquor category. Original French advertising created by our company was awarded first prize in two categories in the annual Publicité Club competition.

Naturally, we are encouraged by the momentum generated by our success this past year. But what of the year ahead? Major reductions in some clients' advertising budgets brought about by the economic uncertainties of the mid-1970's and the need for a shift in corporate priorities did not occur in 1978. We have reason to believe this stabilization will continue into next year, thereby providing a more predictable and optimistic environment for our future operations, to the benefit of clients, shareholders and our employees. We look forward to 1979.

President

## Financial Statements

## COCKFIELD, BROWN & COMPANY LIMITED

(Incorporated under the Canada Corporations Act)

### Balance Sheet

as at December 31, 1978

Assets	1978	1977
Current		
Cash .....	\$ 712,400	\$ 295,300
Accounts receivable .....	7,153,000	4,614,300
Inventory (Note 2) .....	334,500	335,400
	<u>8,199,900</u>	<u>5,245,000</u>
Investments		
Marketable securities, at cost (market value 1978 — \$431,400; 1977 — \$447,500) ..	<u>503,700</u>	<u>503,700</u>
Fixed		
Furniture and equipment .....	1,280,500	1,231,600
Less: Accumulated depreciation .....	<u>686,700</u>	<u>561,700</u>
	593,800	669,900
Leasehold improvements, at cost less amortization .....	<u>111,900</u>	<u>99,000</u>
	<u>705,700</u>	<u>768,900</u>
Costs of acquisitions .....	<u>73,100</u>	<u>148,600</u>
	<u>\$9,482,400</u>	<u>\$6,666,200</u>
Liabilities		
Current		
Accounts payable and accrued liabilities .....	\$7,524,100	\$5,187,000
Income taxes payable .....	<u>303,500</u>	<u>49,200</u>
	<u>7,827,600</u>	<u>5,236,200</u>
Shareholders' Equity		
Capital stock		
Common shares without nominal or par value		
Authorized — 2,000,000 shares		
Issued — 596,500 shares .....	382,600	382,600
Retained earnings .....	<u>1,272,200</u>	<u>1,047,400</u>
	<u>1,654,800</u>	<u>1,430,000</u>
	<u>\$9,482,400</u>	<u>\$6,666,200</u>

On behalf of the Board: (Signed) R. W. Collington, Director  
(Signed) T. G. Smyth, C.A., Director



## Financial Statements

## COCKFIELD, BROWN & COMPANY LIMITED

### Statement of Earnings

For the Year Ended December 31, 1978

	1978	1977
Gross billings .....	<u>\$69,715,500</u>	<u>\$52,483,800</u>
Commissions and service fees earned .....	<u>\$ 8,624,500</u>	<u>\$ 7,076,200</u>
Expenses		
Depreciation and amortization .....	231,600	182,000
Office expenses .....	400,100	294,300
Pension contributions .....	329,100	199,300
Printing, postage and stationery .....	175,900	170,500
Rent, light and taxes .....	578,200	574,300
Salaries .....	5,614,100	4,745,300
Telephone services .....	196,400	175,600
Other .....	<u>296,400</u>	<u>362,000</u>
	<u>7,821,800</u>	<u>6,703,300</u>
Earnings before income taxes .....	802,700	372,900
Provision for income taxes .....	<u>399,000</u>	<u>201,000</u>
Net earnings for the year .....	<u>\$ 403,700</u>	<u>\$ 171,900</u>
Earnings per share .....	<u>\$0.68</u>	<u>\$0.29</u>

### Statement of Retained Earnings

For the Year Ended December 31, 1978

	1978	1977
Retained earnings — January 1 .....	\$1,047,400	\$1,054,400
Add:		
Net earnings for the year .....	<u>403,700</u>	<u>171,900</u>
	<u>1,451,100</u>	<u>1,226,300</u>
Deduct:		
Dividends paid on common shares .....	<u>178,900</u>	<u>178,900</u>
Retained earnings — December 31 .....	<u>\$1,272,200</u>	<u>\$1,047,400</u>

## Financial Statements

## COCKFIELD, BROWN & COMPANY LIMITED

### Statement of Changes in Financial Position

For the Year Ended December 31, 1978

Source of Funds	1978	1977
Operations		
Net earnings for the year . . . . .	\$403,700	\$171,900
Add: Charges not requiring an outlay of funds:		
Depreciation and amortization . . . . .	231,600	182,000
Adjustments to costs of acquisitions . . . . .	8,400	7,500
	<u>\$643,700</u>	<u>\$361,400</u>
Application of Funds		
Dividends paid on common shares . . . . .	\$178,900	\$178,900
Additions to furniture and equipment . . . . .	101,300	355,800
	280,200	534,700
Increase (decrease) in working capital . . . . .	363,500	(173,300)
	<u>\$643,700</u>	<u>\$361,400</u>

### Auditors' Report

The Shareholders,  
Cockfield, Brown & Company Limited.

We have examined the balance sheet of Cockfield, Brown & Company Limited as at December 31, 1978 and the statements of earnings, retained earnings and changes in financial position for the year then ended. Our examination was made in accordance with generally accepted auditing standards, and accordingly included such tests and other procedures as we considered necessary in the circumstances.

In our opinion, these financial statements present fairly the financial position of the Company as at December 31, 1978 and the results of its operations and the changes in its financial position for the year then ended in accordance with generally accepted accounting principles applied on a basis consistent with that of the preceding year.

Montreal, Quebec  
January 31, 1979

Touche Ross & Co.  
Chartered Accountants



## Financial Statements

COCKFIELD, BROWN & COMPANY LIMITED

### Notes to Financial Statements

December 31, 1978

#### Note 1. Statement of Accounting Policies

##### Fixed Assets

The Company's fixed assets are recorded at cost except for the furniture and equipment at the Montreal and Toronto offices which were appraised as of December 31, 1972 by The Industrial Valuation Company Limited and restated at depreciated replacement value.

Furniture and equipment are depreciated over their expected useful lives.

Leasehold improvements are amortized over the terms of the leases.

##### Costs of Acquisitions

The costs of acquisitions are being amortized over a five year period commencing with the year following the year of acquisition.

##### Gross Billings

Gross billings include service fees capitalized in accordance with industry practice by multiplying the service fees by  $6\frac{2}{3}$  (commissions and service fees generally represent 15% of gross billings).

#### Note 2. Inventory

Inventory represents costs incurred by the Company during the year which are only billable to its clients in the following year.

#### Note 3. Remuneration and Number of Directors and Officers

The aggregate remuneration paid by the Company to its Directors and Officers and the number thereof for 1978 and 1977 were as follows:

	Number		Remuneration	
	1978	1977	1978	1977
To Directors	12	13	\$ 21,000	\$ 25,500
<i>(all Directors were also Officers of the Company)</i>				
To Officers	40	39	\$1,803,200	\$1,448,300

#### Note 4. Long-Term Leases

Annual rentals payable under long-term leases in effect are \$361,600 in 1979, \$126,100 in 1980, \$61,500 in 1981, \$7,800 in 1982 and Nil in 1983.



**COCKFIELD BROWN ANNUAL REPORT 1978**



  
COCKFIELD BROWN RAPPORT ANNUEL 1978

## le 31 décembre 1978

## Immobilisations

Les immobilisations de la compagnie sont comptabilisées au prix coûtant, à l'exception du mobilier et du matériel des bureaux de Montréal et de Toronto qui ont été réévalués en date du 31 décembre 1972 par The Industrial Valuation Company Limited et portés au coût de remplacement amorti. Le mobilier et le matériel sont amortis sur leur durée probable d'utilisation et les améliorations locales le sont sur la durée des baux.

Coût des acquisitions  
Le coût des acquisitions est amorti sur une période de cinq ans commençant l'année d'acquisition.

Montants bruts facturés

Notre 2. Stocks

Les stocks représentent les coûts engagés par la compagnie au cours d'un exercice qui ne peuvent être facturés aux clients que dans l'exercice suivant.

*Note 3. Rémunération et nombre des administrateurs et des membres de la direction*  
La rémunération totale payée par la compagnie à ses administrateurs et à ses membres de la direction pour les exercices 1978 et 1977 et le nombre de ces personnes se répartissaient comme suit :

Administrateurs	1978	1977	1978	1977
	12	13	\$ 21,000	\$ 25,500
Membres de la direction	40	39	\$1,803,200	\$1,448,300

*Note 4. Baux à long terme*



**États financiers**  
**COCKFIELD, BROWN & COMPAGNIE LIMITÉE**

**État de l'évolution de la situation financière**  
de l'exercice terminé le 31 décembre 1978

Provenance des fonds	1978	1977
Exploitation		
Bénéfice net de l'exercice .....	\$403,700	\$171,900
Ajouter: Frais ne requérant pas de sortie de fonds:		
Amortissements .....	231,600	182,000
Redressement du coût des acquisitions .....	8,400	7,500
	<u>\$643,700</u>	<u>\$361,400</u>
Utilisation des fonds		
Dividendes versés sur actions ordinaires .....	\$178,900	\$178,900
Nouveau mobilier et matériel .....	101,300	355,800
Augmentation (diminution) du fonds de roulement ..	363,500	534,700
	<u>\$643,700</u>	<u>\$361,400</u>

**Rapport des vérificateurs**

Aux actionnaires,  
Cockfield, Brown & Compagnie Limitée.

Nous avons vérifié le bilan de Cockfield, Brown & Compagnie Limitée au 31 décembre 1978 ainsi que les états des résultats, des bénéfices non répartis et de l'évolution de la situation financière de l'exercice terminé à cette date. Notre vérification a été effectuée conformément aux normes de vérification généralement reconnues, et a comporté par conséquent les sondages et autres procédés que nous avons jugés nécessaires dans les circonstances.

À notre avis, ces états financiers présentent fidèlement la situation financière de la compagnie au 31 décembre 1978 ainsi que les résultats de son exploitation et l'évolution de sa situation financière pour l'exercice terminé à cette date selon les principes comptables généralement reconnus, appliqués de la même manière qu'au cours de l'exercice précédent.

Montréal, Québec  
Le 31 janvier 1979

Touche Ross & Cie  
Comptables agréés

# Etats financiers

COCKFIELD, BROWN & COMPAGNIE LIMITEE

## Etat des résultats

de l'exercice terminé le 31 décembre 1978

1978	\$69,715,500	1977	\$52,483,800
Montants bruts facturés .....			
Commissions et honoraires .....	\$ 8,624,500		\$ 7,076,200
Dépenses			
Amortissements .....	231,600		182,000
Frais de bureau .....	400,100		294,300
Contributions au régime de retraite .....	329,100		199,300
Impression, affranchissement et papeterie .....	175,900		170,500
Loyer, électricité et taxes .....	578,200		574,300
Salaires .....	5,614,100		4,745,300
Services téléphoniques .....	196,400		175,600
Autres éléments .....	296,400		362,000
Bénéfices avant impôts sur le revenu .....	7,821,800		6,703,300
Bénéfices nets de l'exercice .....	802,700		372,900
Provision pour impôts sur le revenu .....	399,000		201,000
Bénéfices nets de l'exercice .....	\$ 403,700		\$ 171,900
Bénéfice par action .....	\$0.68		\$0.29

## Etat des bénéfices non répartis

de l'exercice terminé le 31 décembre 1978

1978	\$1,047,400	1977	\$1,054,400
Bénéfices non répartis au 1er janvier .....			
Ajouter:			
Bénéfices nets de l'exercice .....	403,700		171,900
Déduire:			
Dividendes versés sur actions ordinaires .....	178,900		178,900
Bénéfices non répartis au 31 décembre .....	\$1,272,200		\$1,047,400



(constituée en vertu de la Loi sur les corporations canadiennes)

États financiers

COCKFIELD, BROWN & COMPAGNIE LIMITEE

Bilan

au 31 décembre 1978

Actif	1978	1977
Actif à court terme		
Encaisse .....	\$ 712,400	\$ 295,300
Débiteurs .....	7,153,000	4,614,300
Stocks (note 2) .....	334,500	335,400
	<u>8,199,900</u>	<u>5,245,000</u>
Placements		
Titres négociables, au prix coûtant (valeur du marché 1978 — \$431,400; 1977 — \$447,500)	503,700	503,700
Immobilisations		
Mobilier et matériel .....	1,280,500	1,231,600
Moins: amortissement accumulé .....	686,700	561,700
	<u>593,800</u>	<u>669,900</u>
Améliorations locatives, au prix coûtant	111,900	99,000
moins amortissement .....	<u>705,700</u>	<u>768,900</u>
	<u>73,100</u>	<u>148,600</u>
	<u>\$9,482,400</u>	<u>\$6,666,200</u>
Passif		
Passif à court terme		
Créditeurs et frais courus .....	\$7,524,100	\$5,187,000
Impôts sur le revenu exigibles .....	303,500	49,200
	<u>7,827,600</u>	<u>5,236,200</u>
Avoir des actionnaires		
Capital-actions		
Actions ordinaires sans valeur nominale ou au pair		
Autorisées — 2,000,000 d'actions		
Emises — 596,500 actions .....	382,600	382,600
Bénéfices non répartis .....	1,272,200	1,047,400
	<u>1,654,800</u>	<u>1,430,000</u>
	<u>\$9,482,400</u>	<u>\$6,666,200</u>

Au nom du Conseil: (signé) R. W. Collington, administrateur

(signé) T. G. Smyth, C.A., administrateur

## Points saillants au niveau de l'exploitation

Notre succès en 1978 ne se situe pas seulement au niveau de l'augmentation du chiffre d'affaires et du nombre des clients. Cockfield Brown a aussi manifesté sa créativité et son esprit innovateur dans plusieurs secteurs d'exploitation. Les besoins spécifiques de plusieurs clients au niveau des médias nous ont incités à instituer Cobrex à Toronto. Cobrex est une division de Cockfield Brown qui s'occupe spécifiquement de l'achat des médias. En ce qui concerne l'achat des médias par informatique, notre compagnie est toujours à l'avant-garde de l'industrie au Canada. Aujourd'hui, l'accès direct aux données des médias sur console cathodique nous permet de prendre des décisions beaucoup plus rapidement et de faire des analyses beaucoup plus poussées.

Nous avons agrandi nos centres de production à Montréal et à Toronto. La mécanographie et l'assemblage se font maintenant sur place, ce qui nous procure l'avantage d'une supervision plus efficace, d'un meilleur contrôle des coûts et une plus grande exactitude à rencontrer les dates limites.

Nous continuerons d'explorer les possibilités de mettre sur pied d'autres services internes susceptibles d'améliorer notre service à la clientèle et d'accroître les sources de revenus de notre compagnie.

La recherche a toujours joué un rôle important dans l'élaboration et l'exécution des projets de nos clients. En 1978, nos services de recherche à Toronto et à Montréal ont conquis et effectué des projets pour plus de 20 clients dont les services et les produits étaient aussi variés que la nutrition, les machines à coudre et le tourisme.

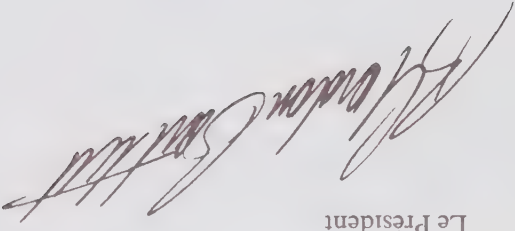
Des recherches ont aussi été entreprises au Québec au profit de clients qui voulaient améliorer et raffiner leurs communications avec le marché francophone.

Depuis les études de marché jusqu'aux tests publicitaires, notre personnel de recherche a communiqué avec plus de 3,000 consommateurs canadiens au cours de l'année: groupes, centres commerciaux, conversations téléphoniques, entrevues personnelles. Nous nous astreignons aux disciplines de planification les plus sérieuses avant d'entreprendre toute campagne publicitaire d'envergure. Nous mettons le fruit de nos recherches au service de nos clients dans l'élaboration de leurs programmes. Suite à nombre de campagnes publicitaires, les résultats au point de vue ventes que nous avons pu déterminer montrent le bien-fondé de notre raisonnement.

Pour que nos clients réussissent, il est essentiel de leur offrir une publicité efficace. En 1978, comme par le passé, notre succès découla de la qualité des concepts publicitaires que nous avons développés pour eux. Nous devons continuer à améliorer notre travail de création en révisant constamment l'image de nombreux produits et services sur un marché en évolution constante.

Le consommateur est le véritable juge de la valeur de la publicité. C'est par lui que nous savons si notre travail est bien fait ou pas. Et l'opinion de nos confrères est aussi importante.

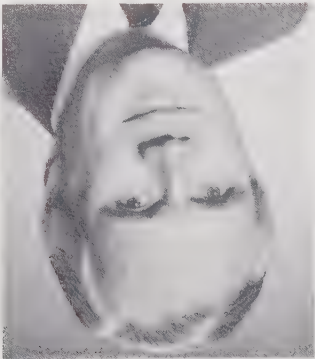
Le Président



Nous sommes fiers des honneurs que nous a valu cette année la publicité créée pour nos clients. Parmi les nombreux prix décernés lors de concours nationaux et internationaux, nous avons remporté un premier prix international pour un message télévisé dans la catégorie transport et tourisme, et aussi, un premier prix pour une annonce imprimée dans la catégorie des spiritueux. De plus, nous avons remporté un premier prix du Publicité Club pour la création française de messages dans deux catégories différentes.

Evidemment, nous sommes très encouragés par les succès de l'année dernier. Mais que nous réserve l'avenir? Malgré l'incertitude économique qui sévit depuis quelques années, en 1978 nous n'avons pas connu de réductions dans les budgets de publicité de nos clients ni de modifications dans leurs priorités. C'est donc avec confiance que nous envisageons 1979.





## Rapport du Président

Cockfield Brown a connu une année fructueuse en 1978. En effet, nous avons atteint des chiffres records au niveau de la facturation, du revenu et des bénéfices. Il est aussi intéressant de noter que cette réussite coïncide avec notre cinquantième anniversaire. De toute évidence, nous devons ce succès aux efforts et au talent des 252 employés répartis dans les sept bureaux de Cockfield Brown à travers le Canada. Nous devons aussi ce succès à la confiance que nous ont témoignée nos plus de 200 anciens clients et au nombre impressionnant de nouveaux clients qui se sont joints à nous en 1978.

C'est à Montréal et à Toronto que nous avons enregistré les gains les plus importants. Ces deux bureaux ont inscrit à eux seuls 85 pour-cent de la facturation totale, 80 pour-cent du revenu total et 98 pour-cent des bénéfices totaux — résultat très encourageant! Ce qui est d'encore meilleur augure, c'est le rétablissement des affaires à notre bureau de Vancouver, où des bénéfices ont été enregistrés.

Le bureau de Montréal a atteint des chiffres records au niveau de la facturation, du revenu et des bénéfices, et ce, malgré le nombre limité de nouveaux clients possibles au Québec et aussi malgré le transfert de certains budgets à Toronto. La politique adoptée par Cockfield Brown d'offrir des services complets dans les deux langues au bureau de Montréal nous a permis d'acquérir un certain nombre d'importants clients nationaux au cours de l'année dernière. En 1978, la facturation annuelle des nouveaux clients à Montréal a dépassé \$4 millions, ce qui représente environ 50 pour-cent de l'accroissement du chiffre de facturation de ce bureau.

### Montréal

Toronto demeure le marché le plus important et le plus concurrentiel au Canada. Notre rendement sur ce marché a grandement dépassé celui de 1977. Des gains de cette envergure, particulièrement sur ce marché, sont très appréciables. Nos clients ont augmenté leurs budgets. On nous a aussi confié la publicité de certains nouveaux produits. Mais ce succès financier, nous le devons surtout à une plus grande productivité et à la compétence de nos employés.

Nous avons à peu près terminé la restructuration de notre personnel et nous sommes contents que nos projets d'accroissement de notre clientèle en Ontario se réaliseront au cours de la nouvelle année.

### Bureaux régionaux

À l'exception de Vancouver où les affaires se sont améliorées, le rendement de nos bureaux à Winnipeg et à London, de la division IMC à Toronto et la division Advertising à Vancouver, est resté sensiblement le même qu'en 1977. Compte tenu du nombre limité d'importantes entreprises qui font de la publicité à l'échelle nationale établies dans les marchés desservis par nos bureaux régionaux et du nombre restreint de changements d'agences qui s'y effectuent, les possibilités d'accroissement de la clientèle sont limitées.

Les bureaux régionaux, cependant, offrent les bases nécessaires à l'exploitation des affaires nationales et sont en mesure de répondre aux besoins des clients nationaux sur un plan régional, et de fournir à ces derniers l'appui requis pour tout programme local qu'ils désirent entreprendre.

La facturation brute pour l'année civile 1978 a été de \$69,715,500, comparativement à \$52,483,800 en 1977; le revenu total des commissions et honoraires a atteint \$8,624,500, comparativement à \$7,076,200 et les bénéfices nets ont été de \$403,700 ou 68 cents par action, comparativement à \$171,900 ou 29 cents par action en 1977.

À la suite de cette importante amélioration des résultats obtenus cette année, nous avons été en mesure de revenir à certaines pratiques courantes dans divers domaines-clés, toutes à l'avantage et directement reliées aux intérêts de nos actionnaires. Pour la première fois depuis plusieurs années, nous avons augmenté les bénéfices non répartis. Nous avons aussi pu récompenser les employés de la compagnie — tel qu'il est coutumier dans notre industrie — et offrir ainsi un stimulant en vue d'atteindre des résultats sans cesse meilleurs.

L'état des résultats pour 1978, tel qu'il parait dans ce rapport, indique que notre programme de contrôle des coûts est efficace et qu'il y a eu revirement de la situation qui a prévalu récemment, lorsque les dépenses accrues contrebalançaient les revenus accrus.

Ce fait est spécialement encourageant, car il signifie que ce nouvel essor dans notre développement se traduira non seulement par une facturation plus élevée, mais aussi par une augmentation proportionnelle des bénéfices et des gains des actionnaires.

Pour l'année 1977, nos bénéfices avant impôts sur le revenu ont atteint 5.2 pour-cent de notre revenu brut provenant des commissions et honoraires; pour l'année 1978, ce pourcentage a été de 9.3. Ce résultat représente une amélioration spectaculaire, mais il est encore en-dessous de l'objectif que nous nous sommes fixé. Ainsi, en 1979, nous poursuivons l'exécution des deux programmes fondamentaux de notre plan général d'exploitation: l'acquisition de nouveaux budgets et le contrôle des coûts.

Au cours de l'année 1978, nous avons aussi commencé à mettre en oeuvre notre projet de restructuration de l'organisation. Notre but est de répartir les responsabilités parmi les cadres, ce qui assurera à nos clients un service prioritaire à tous les niveaux de notre entreprise.

De nouvelles responsabilités ont été assignées à R. G. Bartlett, qui est devenu Président et chef de l'exploitation; à moi-même, qui suis devenu Président du Conseil et chef de la direction; à R. K. Gallop, chef du bureau de Toronto, qui remplit dorénavant les fonctions de Vice-président directeur; et à I. B. Campbell, Vice-président Services de média, qui remplit les fonctions de Vice-président principal — administration publique. Avec T. G. Smyth, Vice-président principal — administration finances, nous formons le Comité de direction de la compagnie.



Le Président du Conseil

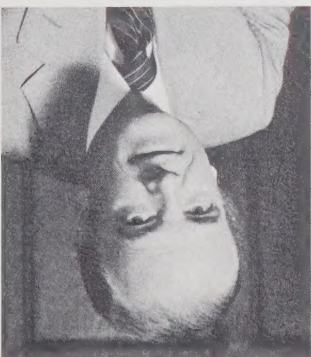
Conformément au projet déjà annoncé d'augmenter la part des actions détenue par les employés, les cadres supérieurs de la compagnie se sont récemment portés acquéreurs d'un certain nombre de ces actions. Il en est résulté une reprise de contrôle efficace par les employés-actionnaires.

Nous croyons qu'un tel contrôle est souhaitable dans une entreprise de service. Le fait que les actions soient détenues par les employés est un facteur essentiel de continuité et de stabilité recherché par les clients et, par conséquent, dans l'intérêt de tous les actionnaires.

C'est grâce à cette évolution et à cette nouvelle orientation, ainsi qu'aux résultats obtenus en 1978, que nous abordons avec grande confiance le deuxième demi-siècle de nos activités. Assurés de relever tous les nouveaux défis, nous tenons, au nom de tous les actionnaires, à féliciter et à remercier chaque membre du personnel de sa participation enthousiaste.



## Rapport du Président du Conseil



En plus d'avoir été couronnée de succès, 1978, l'année de notre cinquantième anniversaire, a aussi été très importante dans l'évolution de notre compagnie. Elle a été marquée par un nouvel essor dans notre développement qui n'a connu que peu de périodes d'hésitation depuis novembre 1928, par G. Warren Brown et feu Harry Cockfield. Bien que nous soyons fiers du respect que notre compagnie s'est mérité pendant 50 ans grâce à son professionnalisme et à sa rectitude, nous admettons le fait que les anniversaires représentent généralement davantage pour ceux qu'ils touchent de plus près. C'est pour cette raison que, pour marquer l'importance de cet événement et au nom de tous les actionnaires, nous avons exprimé nos remerciements à chacun de nos nombreux clients pour l'appui qu'ils nous ont prêté et avons aussi remercié individuellement chacun des membres de notre excellent personnel pour le travail sans réserves qu'il a toujours fourni, et particulièrement au cours de 1978. Pendant l'année, les montants de notre facturation, de notre revenu et de nos bénéfices nets ont considérablement augmenté par rapport aux montants correspondants en 1977.

# Administrateurs et membres de la direction

## Bureaux

Cockfield, Brown  
& Compagnie Limitée  
606, rue Cathcart  
Montréal H3B 1L1  
(514) 861-1771

2 St. Clair Avenue West  
Toronto M4V 1L7  
(416) 924-5492

197 York Street  
London N6A 1B2  
(519) 438-2117

209 Notre Dame Avenue  
Winnipeg, R2B 1M9  
(204) 942-0811

134 Abbott Street  
Vancouver V6B 2K6  
(604) 684-0123

Industrial Marketing  
Communications

une division de  
Cockfield, Brown  
& Compagnie Limitée  
1220 Yonge Street  
Toronto M4T 1W1  
(416) 922-2063

Insight Advertising  
& Public Relations

une division de  
Cockfield, Brown  
& Compagnie Limitée  
909 Beach Avenue  
Vancouver V6Z 1E1  
(604) 682-3631

*Vice-présidents*

J. Beckerman

N. H. Bell

R. G. Boucher

Mme B. J. Bredon

R. Burns

G. Charette

J. B. Churchill

P. B. Edgar

A. R. Farmer

C. Gervais

J. H. Gibaut

H. J. Gibson

M. G. Giles

Mme D. Greenwell

W. S. Greenwell

G. V. Johnson

A. Kullgren

R. M. MacKay

E. A. Nanni

M. Provost

G. B. Robertson

Mme J. Roblee

P. Slachta

B. M. Slater

I. D. Smith

Mme I. Souzoz

U. Vanasse

*Contrôleur adjoint*

Mme A. Neville

\*R. W. Collington

*Président du Conseil  
d'administration, chef de la  
direction et administrateur*

\*R. G. Bartlett

*Président, chef de  
l'exploitation, président  
du Comité de direction  
et administrateur*

\*R. K. B. Gallop

*Vice-président directeur  
et administrateur*

\*T. G. Smyth, c.a.

*Vice-président principal —  
administration finances,  
secrétaire-trésorier  
et administrateur*

\*I. B. Campbell

*Vice-président publicité —  
administration publique  
et administrateur*

G. W. Brown

*Président du Comité de  
l'expansion et des nouvelles  
affaires et administrateur*

L. J. G. La Rocque

*Vice-président et administrateur*

P. Moreau

*Vice-président et administrateur*

R. H. O'Hara

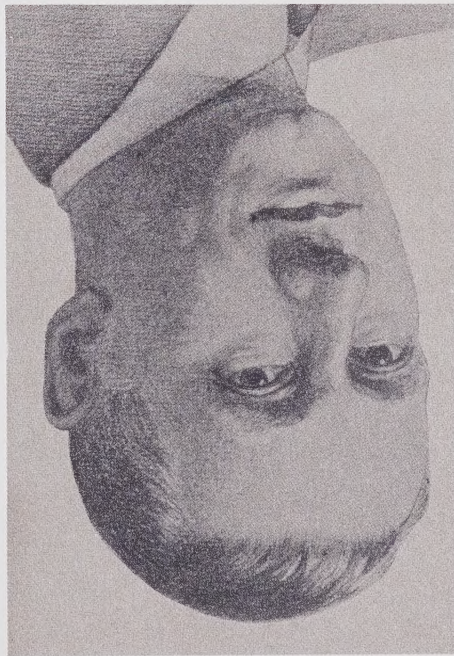
*Vice-président et administrateur*

L. H. Walls

*Vice-président et administrateur*

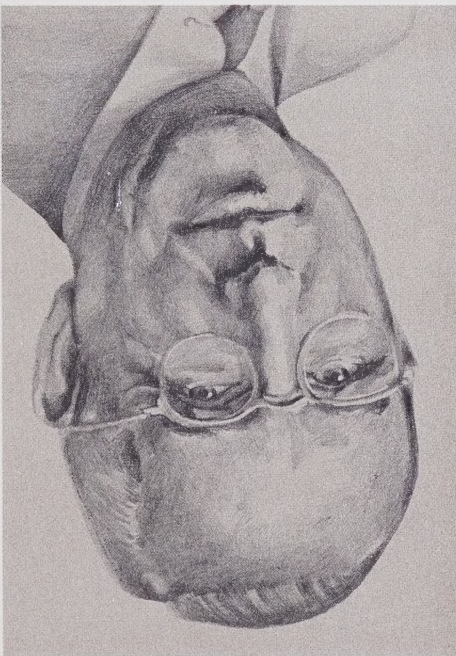
\*Membre du Comité de direction





**Harry Reid Cockfield**

Harry Cockfield, un des deux fondateurs de Cockfield Brown, fut un pionnier dans le domaine de la publicité au Canada. Au début de sa carrière, il travailla à Montréal dans l'imprimerie, où il acquit des connaissances qui lui furent d'une grande utilité lorsqu'il forma sa propre compagnie. Ceci se passait en 1913 et le nom de la compagnie était Advertising Service Company Limited, une des premières agences de publicité à Montréal. En 1928, sa compagnie fusionna avec celle de son ami Warren Brown et c'est ainsi que Cockfield Brown prit naissance. L'union fut un succès, en partie à cause du contraste extrême de la personnalité des deux hommes, qui étaient amis d'enfance. Harry Cockfield, c'était l'expert en chiffres, l'administrateur prudent qui gérât sa compagnie d'une manière extrêmement efficace. En 1942, âgé de 52 ans, Harry Cockfield décéda de la manière dont il vécut — travaillant à son bureau. La distinction pleine de prestige, la médaille d'or de l'Association canadienne des annonceurs, lui fut décernée à titre posthume en reconnaissance de son travail dans la publicité au Canada.



**G. Warren Brown**

Warren Brown est un autodidacte. Il fit ses débuts comme vendeur chez un imprimeur de Montréal et, par la suite, il engagea son ami Harry Cockfield. En 1918, avec Emile Emery, il forma l'agence de publicité National Publicity Limited. En 1928, son ami et lui fusionnèrent leurs compagnies pour créer Cockfield Brown et le reste de l'histoire est bien connu. Dirigée par ce tandem, la compagnie prospère et devient vite une des plus importantes agences de publicité au Canada. Dans le monde de la publicité, Warren Brown était considéré comme un des meilleurs vendeurs, reconnu pour son entreprenant et son dynamisme. Constantement à l'affût de toute innovation, il eut tôt fait de reconnaître l'importance de la recherche dans la publicité et il en fit une partie intégrante des activités de l'agence. C'est encore lui qui fut parmi les premiers à reconnaître l'importance des relations publiques dans une agence de publicité et il estime qu'encore aujourd'hui elles conservent leur grande utilité. Warren Brown siège toujours au Conseil d'administration. Il continue de participer au progrès de la compagnie qui porte son nom. En 1956, l'Association canadienne des annonceurs lui décerna sa médaille d'or « en témoignage de l'éthique professionnelle dont il a toujours donné l'exemple et qui a tellement contribué à relever le prestige de la publicité ».



# Ergebnisse Zusammenfassung